

EDITORIAL

Der Bus ist die beste Lösung

Die Busunternehmer sollten ihr Licht nicht unter den Scheffel stellen. Denn der Bus ist die beste Lösung für alle Verkehrsprobleme.

Er ist das Mobilitätsmittel der Zukunft, er sorgt für Platz auf der Straße, er schont das Klima, er liegt voll im Trend, er schafft Arbeitsplätze, er vernetzt die Menschen in Deutschland und er bringt sie sicher ans Ziel. Und der Bus ist natürlich viel preisgünstiger als seine Mitbewerber. Aber das ist ein schlechtes Argument, denn es macht den Bus nur zur zweitbesten Lösung. Der Bus ist die beste Lösung, dafür wurde er mit dem Personenbeförderungsgesetz (PBefG) gestärkt. Nach mehr als einem Jahr seit Inkrafttreten lässt sich aber auch sagen, dass der Geist des PBefG vielerorts nicht gelebt und mittelständische Strukturen nicht ausreichend berücksichtigt werden. Mittelständler sehen sich flächendeckenden Fahrleistungsausschreibungen gegenüber, denen sie nicht gewachsen sind.

Zwar arbeitet das mittelständische Gewerbe effizient, sodass der ÖPNV vielerorts noch eigenwirtschaftlich möglich ist. Allerdings nur dann, wenn hierfür erforderliche Ausgleichsleistungen auch bei den Unternehmen ankommen. Kürzungen der 45a-Mittel und die vielerorts vorgenommene Abschaffung der Busförderung stehen dem entgegen. Hier muss ein Umdenkprozess zur Stärkung der Menschen gerade im ländlichen Raum erfolgen. Der Bus ist die beste Lösung.



Wolfgang Steinbrück,
Präsident des bdo

BUSINESS

Orientierung an den Wünschen der Fahrgäste

Wie ist es um das Image der Busse bestellt? Blick über die Grenze zu unseren Nachbarn



Was die Verkehrspolitik angeht, ist Luxemburg in vieler Hinsicht atypisch. Das liegt an der relativ kleinen geographischen Ausdehnung des Landes, der Bevölkerungsdichte aber auch an den ca. 150.000 täglichen Pendlern aus den Nachbarstaaten. Wenn auch das Auto immer noch des Luxemburgers liebstes Kind ist, wandelt sich das Image der Busse zum Positiven. Busdienste verzeichnen inzwischen einen Anteil von 78% am ÖPNV.

Robert Kummer, Busexperte der clc a.s.b.l., Arbeitgeberverband der Privatwirtschaft Luxemburg



Seitdem 2012 der öffentliche Nahverkehr in Schweden dereguliert wurde, hat sich der Markt für den Bus dynamisch entwickelt. Die Marktöffnung erlaubt es nun auch kommerziellen Anbietern, regionale Angebote für den ÖPNV zu machen. Man orientiert sich jetzt noch mehr an den Vorstellungen der Fahrgäste. Grundsätzlich hat der Bus ein gutes Image in Schweden. Allerdings kämpfen wir, ebenso wie andere Nachbarländer, auch damit, dass die Bahn große politische Unterstützung erhält.

Mikael Persson, The Swedish Bus and Coach Federation



Obwohl der Bus der wesentlichste Träger des öffentlichen Nahverkehrs und auch das sicherste Straßenverkehrsmittel ist, wird die wirtschaftliche Leistungskraft der Branche in Österreich unterschätzt. Praxisfremde Regelungen, z.B. für Maut, Busgewichtsbeschränkungen bzw. bei den Lenk- und Ruhezeiten, bremsen eine dynamische Weiterentwicklung der Buswirtschaft. Unerlässlich bleibt es, sämtliche Besteuerungsmaßnahmen des Busses zu entbürokratisieren. Wir brauchen einen einheitlichen europäischen Rahmen für Zugangsbeschränkungen.

Martin Horvath, Sprecher der österreichischen Autobusbranche in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ)



Die Busthematik in der Schweiz ist mehrschichtig. Einerseits genießt der Linienbus dank der gelben Postautos, die Heimatgefühl und Charme versprühen vielerorts, vor allem in ländlichen Gebieten, einen sehr guten Ruf. Der Reisebus als Beförderungsmittel für Gruppen- und Pauschalreisen fristet daneben etwas ein Schattendasein. Zu Unrecht kämpft er bis heute zum Teil mit dem Image eines umweltfeindlichen, unkomfortablen und antiquierten Beförderungsmittels, vor allem auch in den Augen der Behörden. Die Schweizer Reisebusunternehmer setzen klare Akzente gegen diese Wahrnehmung.

Stefan Huwyler, ASTAG Schweizerischer Nutzfahrzeugverband

Solide Konjunkturaussicht für das laufende Jahr

Verhaltene Zuversicht/Verschiedene Mautsysteme und Mehrwertsteuerrichtlinien im Ausland geben Anlass zur Sorge

Mit verhaltener Zuversicht schaut die Busbranche nach vorn. Der Fernbusboom 2013 hat der gesamten Busbranche eine solide Konjunkturaussicht für das laufende Jahr beschert. Die Geschäfte haben sich im Vorjahr positiv entwickelt, auch wenn Investitionen vor allem in Reise- und Fernbusse auf die Gewinnentwicklung drücken. Das geht aus der Konjunkturumfrage des bdo Bundesverbandes Deutscher Omnibusunternehmer hervor.

„Die Liberalisierung des nationalen Fernlinienbusverkehrs hat den drei Säulen der Busbranche ÖPNV, Reise- und Fernlinienverkehr eine Aufwertung des Gesamtimages beschert“, so bdo-Präsident Wolfgang Steinbrück. Die Konjunkturerwartungen für das laufende Jahr steigen, bleiben jedoch auf niedrigem Niveau. Das kann sich in einigen Bereichen negativ auf die Gewinnsituation 2014 auswirken.



Fernbus

Die mit der Änderung des Personenbeförderungsgesetzes einhergegangene Öffnung des Marktes bringt Chancen mit sich, stellt aber gleichzeitig die Branche vor neue Herausforderungen. Die Unternehmen können sich stabilisieren und neu positionieren.

Allerdings weisen die

befragten Unternehmer 2013 eine schwierige Gewinnentwicklung für den Fernbuslinienverkehr aus. 34 Prozent berichten im ersten Jahr der Liberalisierung von Rückgängen. Nur elf Prozent geben gestiegene Gewinne an. Erklären lässt sich das durch hohe Investitionskosten zur Anschaffung moderner Fahrzeugflotten sowie Werbe- und Marketingausgaben.



Bustouristik

In der Bustouristik hat sich die Geschäftslage 2013 stabilisiert. Die Umsatzzuwächse erreichen nach Auskunft der Unternehmen den höchsten Stand seit sieben Jahren. Auch die Gewinnentwicklung verbessert sich, so dass die Unternehmen durch die positivere Umsatzentwicklung die

Kostensteigerungen und Fahrzeuginvestitionen besser kompensieren konnten. Steinbrück: „Das bedeutet noch keinen positiven Saldo. Aber

die Prognose für das laufende Jahr sieht solide aus, denn die Unternehmer vertrauen auf die wachsende Reiselust der Deutschen und den Bus als optimales Verkehrsmittel.“ 75 Prozent der Unternehmer erwarten für 2014 bessere oder gleichbleibende Geschäftsergebnisse.



ÖPNV

Im ÖPNV lassen sich klare Positivtendenzen erkennen. „Die Fahrgastzahlen und die Entwicklung der Umsätze sowie Gewinne lassen auf eine einsetzende Erholung des Geschäftsbereichs schließen“, sagte der bdo-Präsident. „Trotz solider Entwicklung stellen

der demografische Wandel und fehlende gefestigte Finanzierungsgrundlagen die Unternehmer im ÖPNV weiter vor Herausforderungen.“ 69 Prozent der ÖPNV-Unternehmer erwarten für 2014 bessere oder gleichbleibende Geschäftsergebnisse.



Positive Entwicklung

Allen befragten Unternehmern zufolge wird die Busbranche auch zukünftig von zwei Kundengruppen profitieren: Best Ager und Jugendliche/Schüler.

Fernbuslinien sehen Studierende als Zielpublikum an, Touristiker arbeiten an Ideen für Singles und Familien. 66 Prozent der gesamten Busunternehmer erwarten für 2014 bessere oder gleichbleibende Geschäftsergebnisse.



Drei große Sorgen

Die drei größten Sorgen der Busunternehmer sind der Fahrermangel, bürokratische Rahmenbedingungen und die Energiepreise. Jeweils 70 Prozent der Unternehmer nennen diese Punkte. Dabei wird der Fahrermangel zunehmend problematischer. Noch 2010 wurde er nur von 50 Prozent der Befragten angegeben. Aufgeschlüsselt in die einzelnen Bereiche ist der Fahrermangel im Gelegenheits- und Liniennahverkehr (74 Prozent) ein sehr großes Problem, während er nur 50 Prozent der Fernlinien-Unternehmen Sorgen bereitet.



Dauerbaustelle Kosten

Pessimistisch sind die Busunternehmen (60 Prozent) auch wegen der steigenden Kostenentwicklung. Dies betrifft unter anderem die steuerliche Benachteiligung des Busses, der von mineralöl- und energiesteuerlichen Begünstigungen ausgeschlossen ist. Hinzu kommen die Park- und Einreisegebühren in Städten sowie verschiedene Mautsysteme und Mehrwertsteuerrichtlinien im Ausland.

„Platz für kreative Ideen ist immer da“

Joachim Dehn, Vorsitzender des bdo-Ausschusses Bustouristik, im Gespräch über neue Geschäftsideen in einem „sehr differenzierten Markt“/ Zielgruppen lassen sich kombinieren



Joachim Dehn, Vorsitzender des bdo-Ausschusses Bustouristik

die Bürger allerdings wieder weniger Geld im Portemonnaie haben, ist das für uns genauso schnell spürbar. Dann wird am Zweit- und Dritturlaub wie Städte- und Kurztrips gespart – und damit an einer klassischen Bustour.

Begehrt sind ja Städte- und Kulturreisen. Ist da noch Platz für den Ausbau? Oder ist der Kuchen verteilt?

Joachim Dehn: Städte- und Kulturreisen sind schon lange beliebt. Und aufgrund der steigenden Angebote seitens der Städte und Eventveranstalter entwickelt sich dieses Segment stetig weiter. Die Herausforderung für die mittelständische Bustouristik besteht darin, marktfähige kreative Angebote anzubieten. Standardprogramme, die alle haben und nur über den Preis locken, sind für Mittelständler aufgrund der Einkaufsvorteile der Großveranstalter schwierig. Daher sind wir immer auf der Suche nach neuen Angeboten, auf Messen ebenso wie in der Destination selber. Um neue Produkte abseits der ausgetretenen Pfade anzubieten, müssen wir viel Zeit aufbringen.

Dürfen die Produkte, die Sie anbieten, denn auch etwas kosten? Oder halten die Kunden das Portemonnaie zu?

Joachim Dehn: Das mittlere Preissegment und damit die solide Mittelklasse brechen uns in einigen Bereichen verstärkt weg, das nimmt beängstigende Tendenzen an. Stattdessen verteilt sich die Nachfrage auf das Billig- und Luxussegment. Insbesondere die Billigangebote ebnen Großveranstaltern und damit auch anderen Marktfremden den Weg in den Bustourismus und sind für uns Mittelständler neue Mitbewerber.

Profitiert Ihre Branche von den Kundengruppen Best Ager und Schüler/Jugendliche?

Joachim Dehn: Ja – beide Gruppen besetzen in der Bustouristik jedoch sehr unterschiedliche Segmente. Die jungen Menschen nutzen die Angebote der Fernbusse. Sie nutzen den Bus für die An- und

Herr Dehn, laut der bdo-Konjunkturumfrage sind die Touristiker nicht unzufrieden mit der Entwicklung. Eine wachsende Reiselust sowie der Trend zu Zweit- und Dritturlaube dürften doch für Zuversicht sorgen?

Joachim Dehn: Das ist richtig. Grundsätzlich ist die gestiegene Reiselust der Deutschen für uns spürbar. Die hängt natürlich auch mit der Entwicklung der Kaufkraft zusammen. Sobald

Abreise, gestalten das Programm vor Ort aber individuell. Sie sind äußerst preissensibel und halten Ausschau nach den günstigsten Angeboten. Ein interessanter und noch recht neuer Markt für die Bustouristik ist die Kombination aus beiden Zielgruppen: Großeltern, die ihre Enkelkinder zu Städtetrips in europäische Großstädte einladen. Davon scheinen beide zu profitieren. Die Gruppe Best Ager ist außerdem stark durch rüstige alte Damen vertreten, die alleine oder mit Freundinnen in größeren Gruppen unterwegs sind. Das Vorurteil, dass Busreisen nur durch Rentner besetzt sind, trifft auf jeden Fall nicht mehr zu. Städte- und Kultur- ebenso wie Rundreisen werden von Paaren und Alleinreisenden ab Mitte 30 gebucht.

Gibt es neue Ideen für die Zielgruppe Familien?

Joachim Dehn: Für Familien marktfähige Angebote zu machen, ist eine echte Herausforderung. Familien sind individuell gestrickt und haben ein sehr differenziertes Anspruchsdenken. Die Vorstellungen beispielsweise, ob der Bus spätabends oder frühmorgens losfährt, gehen auseinander. Als Veranstalter ist es daher schwierig, kompatible Angebote zu schnüren. Man trifft in der Regel den Nerv von zu wenigen. So erreichen wir nicht die Gruppengröße, die wir brauchen, um wirtschaftlich anbieten zu können. Das Segment, für das wir Familien gewinnen konnten, war der Wintersport.

MELDUNG

Schirmherr Dobrindt



Alexander Dobrindt, Bundesverkehrsminister

Alexander Dobrindt (CSU), Bundesverkehrsminister, hat die Schirmherrschaft für die Verkehrssicherheitsinitiative „Busstop – sicher zur Schule“ übernommen. Damit tritt er in die Tradition seiner Vorgänger Ramsauer und Tiefensee.

Ziel der Kampagne ist eine noch engere Zusammenarbeit zwischen Schulen und Busunternehmen, um die Unfallrisiken im Schulbusverkehr und auf Klassenfahrten weiter zu minimieren. Dazu werden Eltern, Erzieher und Lehrer via Internet (www.busstop.de) mit allen wichtigen Informationen rund um das Thema Schülerbeförderung und Sicherheitserziehung versorgt. Busstop.de ist das einzige deutschsprachige Internetportal, das pädagogisch-didaktische Aspekte der Mobilitätserziehung mit aktuellen und umfangreichen Informationen zum Thema „Schule und Bus“ vereinigt.

Ein gelungener Abend

Beste Stimmung beim Fastenfischessen in Berlin



Bereits zum 14. Mal lud der bdo Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer Vertreter aus Politik und Wirtschaft zum Fastenfischessen



CSU-Generalsekretär Andreas Scheuer, Berlins BVG-Chefin Sigrid Nikutta und Wolfgang Steinbrück (v. l.)



Im Gespräch: CDU-Abgeordneter Thomas Jarzombek und bdo-Präsident Wolfgang Steinbrück (r.)



Wolfgang Steinbrück, MdB Dirk Fischer und Christiane Leonard (v. l.)



Christiane Leonard, VIFG-Geschäftsführer Martin Friewald, Stephan Kühn, Verkehrspolitischer Sprecher, und Anja Ludwig (v. l.)



Auch CSU-Generalsekretär Andreas Scheuer (Dritter v. l.) zählte zu den Gästen



Rund 300 Gäste folgten der Einladung des bdo und kamen zu der Veranstaltung



In den Räumlichkeiten der Berliner Geschäftsstelle fand die Veranstaltung statt



Christiane Leonard, Oleg Kamberski, IRU-Leiter Personenbeförderung, und bdo-Justiziarin Anja Ludwig (v. l.)



Gruppenbild mit Dame: MdB Martin Burkert, Wolfgang Steinbrück, bdo-Hauptgeschäftsführerin Christiane Leonard (v. l.)



CDU/CSU-Bundestagsabgeordneter Ulrich Lange, Vorsitzender der Arbeitsgruppe Verkehr und digitale Infrastruktur, gemeinsam mit Wolfgang Steinbrück (r.)



MdB Sabine Poschmann und MdB Sören Bartol

Fotos: bdo

IMPRESSUM:

Herausgeber: Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer (bdo) e.V.; Reinhardtstraße 25; 10117 Berlin
 Telefon 030 / 2 40 89 – 300; www.bdo-online.de; info@bdo-online.de; V. i. S. d. P.: Matthias Schröter
 Konzept, Layout & Redaktion: KOMPAKTMEDIEN – Die Kommunikationsbereiter GmbH (www.kompaktmedien.de)